

La batalla de los lenguajes	Titulo
Quezada, Freddy - Autor/a;	Autor(es)
Managua	Lugar
CIELAC, Centro Interuniversitario de Estudios Latinoamericanos y Caribeños	Editorial/Editor
2006	Fecha
	Colección
Cultura; Lenguaje; Opinión;	Temas
Doc. de trabajo / Informes	Tipo de documento
<a href="http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/Nicaragua/cielac-upoli/20120815020648/lengua.pdf">http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/Nicaragua/cielac-upoli/20120815020648/lengua.pdf</a>	URL
Reconocimiento-No comercial-Sin obras derivadas 2.0 Genérica <a href="http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.0/deed.es">http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.0/deed.es</a>	Licencia

**Segui buscando en la Red de Bibliotecas Virtuales de CLACSO**  
<http://biblioteca.clacso.edu.ar>

**Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO)**  
**Conselho Latino-americano de Ciências Sociais (CLACSO)**  
**Latin American Council of Social Sciences (CLACSO)**  
[www.clacso.edu.ar](http://www.clacso.edu.ar)



Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales  
Conselho Latino-americano de Ciências Sociais  
Latin American Council of Social Sciences



## LA BATALLA DE LOS LENGUAJES

Por Freddy Quezada

*Mierda*, fue una palabra que, al final de una de las novelas de García Márquez, provocó asombro y escándalo. Asombro por la calidad de la obra y escándalo por la incorporación de palabras de uso popular y masivo que empezaban a circular con carta de ciudadanía en el mundo culto. Aunque sabemos que el colombiano no fue el primero ni será el último. Aún hoy, la palabra no la reconoce el diccionario en castellano que el programa de *Word* para *Windows* trae de oficio, subrayándola en rojo, como si estuviera mal escrita (cree que la confundo con Muerda o Pierda) o no existiera. Pasa que soldados exploradores de un lenguaje invaden desvergonzadamente el campo de los otros.

La música clásica que conocemos, por ejemplo, pero ignoramos sus fuentes, es la que aprendimos viendo las caricaturas, como el *Barbero de Sevilla* (de Rossini) en aquella memorable escena donde *Bugs Bunny*, después de un tratamiento capilar, hace crecer flores, en vez del cabello prometido, en la calva de Elmer Gruñón: música de muñequitos, le digo desde entonces; o los nombres de personajes en las mangas japonesas (Ulises y Telémaco son los héroes de *Ulises en el Siglo 32*; el Mum-Ra de los *Thundercats*, es el dios egipcio Amon-Ra, etc.) que responden a celebridades cultas.

En sentido contrario, por ejemplo, la misma música de la que hablamos, se puede asociar a fuentes populares que después se masificaron en rizados de retroalimentación por parte de los medios de comunicación. Así, las barberías presentaron al cliente culto, el mundo de las grandes orquestas (Glenn Miller, Ray Coniff, Bill Halley y sus Cometas) que mantenían en sus receptores radiales; en sus esparcimientos, podemos llamar al *blues* y al *jazz*: música de bar; al *bossa nova* y las baladas: música de ascensores, aeropuertos, supermercados y Malls; música folklórica: country, polka, mazurcas; música de iglesias: el *godspell* y las gregorianas; música de piñatas: merengues y salsas; música de cantinas: rancheras y bachatas; música de casas limpias de clase media: semiclásicas y nostálgicas; música para meditar: melodías “orientales”; música de discotecas, las cuatro "R" de MTV: Rock, Rap, Reggae y Reggaeton.

El mundo escriturario mayor, grave, profundo y reflexivo, empezó a verse afectado por la invasión de los otros formatos, en especial por el audio visual, que dividió literalmente en dos a ese mundo. Así, los periódicos más severos empezaron a darle lugar cada vez más amplio a las imágenes, las prosas de las novelas más artísticas, empezaron a girar más y más alrededor de cómo imaginarnos las cosas (como películas) y no cómo reflexionar con

---

ellas (como Harold Bloom dice que nos debe provocar Shakespeare) y así cada cosa culta empezó a rendirse ante el poder del número y la imagen.

Es lo que pasa con *El Péndulo de Foucault* y *El Código de Da Vinci* dentro, aún, de la escritura misma.

Desde que la cultura de masas (a través de los medios de comunicación) prometieron en su primer momento llevar a todos los ciudadanos la cultura de élite, para refinarnos el gusto estético deformado por las tradiciones orales, despertarnos el gozo interior con las artes nobles y elevar nuestro espíritu a las más elevadas cumbres, en el camino se enteraron que producían en grandes volúmenes y con facilidad asombrosa subproductos (periódicos, literatura basura, radio y telenovelas, películas, música popular, *spots*, etc) que terminaron con el tiempo y el mercado siendo los dominantes. Así, cuando nos impresionan los mejores anuncios de *Shampoo*, no sabemos que las "*Cuatro Estaciones*" de Vivaldi están detrás de ellos o las deliciosas piezas de Mozart, en la mejor publicidad de autos.

La batalla, en consecuencia, se desencadenó entre la cultura de élite y la de masas. La popular (agraria, oral, étnica y premoderna) despreciada y humillada por la culta, fue absorbida por los *mass media*. La cultura de masas reaccionó a través del mercado, poniendo a elegir, previa influencia de la publicidad, a los consumidores, en número y peso provenientes de la cultura popular.

La superficie le ganó en volumen y demanda a la profundidad, que jamás pudo despegar de sus reductos elitistas y refinados, pese a la promesa de los mismos medios de comunicación que hoy la traicionan (recordemos la desconfianza visionaria que la *Escuela de Frankfurt*, menos Walter Benjamín, le tuvo) los cuales en honor a la verdad, se esforzaron por servirse de los medios para formar a las masas en su primera hora.

Sin embargo, esas primeras intenciones fueron superadas por el entretenimiento, la brevedad, ligereza y banalidad que ellos mismos iban produciendo como recursos de segunda mano en el acompañamiento formativo. El caso de la televisión fue paradigmático. Hubo un tiempo que se creyó que sería el vehículo más potente de formación al servicio de las formalidades de la educación clásica. Terminó siendo su peor enemigo.

Las subordinaciones no se hacen esperar, pero no son pasivas y las reacciones del subalterno cuenta con sus estrategias, venganzas, astucias, simulaciones, servilismos, cortesanas y dispositivos, donde se hace sentir a su manera y en su oportunidad. El caso típico es *Discovery Channel*, ese Caballo de Troya en las entrañas de la televisión, que los estudiantes de hoy suelen presentar como si fuera lo más ilustrado que uno puede citar.

Pero si el todo domina a las partes, como dicen los estructuralistas, entonces dónde ha estado la diferencia todo este tiempo. El asunto me recuerda ese descubrimiento tan espectacular como sencillo de Boris Groys y su idea que las obras de arte no pueden ser reproducidas porque lo prohíbe el museo; así, el museo tiene el poder de designar que es lo nuevo en arte.

Del mismo modo, el evento no puede ser nuevo porque lo prohíbe la memoria, ella es la que designa el suceso y luego lo encaja en un relato lleno de sentido, casi siempre salvífico. Por eso lo nuevo, lo emergente nos desconcierta a todos y no lo podemos prever, porque siempre miramos con la memoria, como decía Krishnamurti.

---

Los lenguajes son ciudades, decía Wittgenstein (subdivididas en barrios y zonas residenciales, agrego yo). Y a lo mejor, ese acoso que sienten las clases cultas en sus residencias, palacetes y mansiones con verjas y portones electrónicos de parte de los pobladores de asentamientos y barrios pobres, no sólo sea físico, sino un también un asalto verbal, culinario, curativo, danzario y sensorial.

¿Estaremos asistiendo a aquel día que temieron griegos y romanos, cuando predijeron que sus ciudades terminarían, en su decadencia, balbuceando el dialecto de los bárbaros o cada uno de nosotros ya somos, y ni siquiera nos hemos enterados, un Rafael, un Leonardo, un Miguel Ángel y un Donatello, es decir, unas *Tortugas Ninjas*, dirigidas por una rata sabia?

<http://freddyquezada.blogspot.com/>

